

让「接地气」的艺术浸润乡土

张铁

暖阳里,走进陝西西安鄠邑区蔡家坡村。终南山下,小楼散布田野之中,不少屋子的外墙上,绘制着大型壁画。其中一幅惹人关注:累累葡萄串下,村民笑脸盈盈。画里人有些眼熟,回头一看,原来身旁正站着“原型”。

“过去画是挂在自家屋里,现在画放在屋外村里,村子就成了个‘大家’。”村民王岩笑着说。从屋里到屋外,从“小家”到“大家”,简单的话语,透露出村民对艺术的朴素理解。通过艺术乡建,村庄让村民产生更强的认同感、归属感。

蔡家坡村的艺术乡建,远近闻名。除了壁画,俯卧麦田的“大地之子”雕塑,映照山川的“秦岭之眼”装置,还有陈列着农具的村史馆,更不用说一年一度的“忙罢艺术节”了。一方山水,一村艺术,不仅美了村民生活、饱了游客眼福,还吸引越来越多“新村民”来这里创业。

不只是蔡家坡村,沿着秦岭北麓,一个个高颜值的村庄如同珍珠,被关中环线串成一串,展开了和美乡村新图景。

这样的艺术乡建,打开乡村的审美空间。割麦的镰刀、家常的板凳,甚至刚掰下来的玉米棒子,经过改造都可以成为“家门口的风景”。看见自己劳动的照片被做成刀旗放置在麦田中,蔡家坡村村民说:“啥是艺术?割麦就是艺术!”从公共空间的改造,到美学意境的营造,点点滴滴、方方面面,乡土文化的艺术表达,让村民发现身边的田园之美、家园之美、日常之美,感受到一种有生命、有质感、有内容、有特色的力量。这不正是“美好生活”的题中应有之义吗?

这样的艺术乡建,写出人文经济学的乡村篇。离蔡家坡村6公里的鄠邑区栗峪口村,有个“村BD”——村里的“商务区”。10余名“创客”在这里创立了整村运营品牌“剪鸭村”,开办起茶餐厅、机车展览馆、宠物乐园等新业态,吸引大量游客慕名前来,增加了村集体收入。“嫂子咖啡师”宋迺红、“田野手艺人”刘明侠……村民的日子,也在艺术赋能下越过越好。激活乡村沉睡的文化资源,找到潜在的增长点,艺术这把“金钥匙”,将为乡村经济“解锁”新的可能。

也要看到,不少地方的艺术乡建,还存在“隔”的问题:隔乡土太远,隔乡情太远,隔乡民太远。简单画几幅壁画、做几个雕塑、搞几个展览,或者建几处小清新的咖啡馆、高大上的民宿、文艺范的舞台,终究是无源之水、无本之木。如果忽视了乡村文化的脉络、乡村生活的特色、乡村生态的链条,甚至生搬硬套一些“符号”“概念”,不土不洋、不伦不类,村民难以产生认同、理解,那么所谓的“艺术”也就成了“盆景”“噱头”。

说到底,艺术乡建需要植根于当地的人文脉络。村、院、田、山、水、人,手工艺、民俗、特产、古迹、传说、名人,各个村子都有自己的特色,以此为依托,艺术才能扎根乡土,在创造性转化和创新性发展中各美其美、美美与共。也唯有这样,才能让村民从旁观者变成参与者。当乡村人、事、物,乡土景、情、史都纳入艺术磁场之中,生活方式转化为艺术样式,艺术样式回归生活样式,“接地气”的艺术浸润乡土,更多改变就会发生。

习近平总书记强调:“我们要深入挖掘、继承、创新优秀传统乡土文化。”艺术是一条润泽心灵、涵养乡风的河流。将艺术融入乡村生活,以艺术激活乡土文化、助力乡村发展,就能更好让乡村“美”起来、文化“活”起来、村民“富”起来。

(作者为本报陕西分社记者)



来论

公交可“瘦身” 服务需“强体”

北京市朝阳区 李君强

车长7米左右,能耗比大巴减少15%以上……让公交车变“瘦小”,是很多城市的创新尝试。这一改革,可以降低运营成本,更好适应部分公交客流量减少的现状。“瘦身”的同时不断“强体”。穿梭于大街小巷的微巴士,扩大了公交服务覆盖范围,在解决微循环线路接驳难等方面发挥作用。

要让小型化公交“小快灵”的运输效果充分展现,未来还得在完善公共交通线网上多下功夫。比如,优化地铁与公交的接驳,解决出行的“最后一公里”难题。再如,对线路进行智能网联改造,定制公交经过路口,信号灯优先放行;以数据算力优化交通运力,哪里乘客多,公交就开往哪里。

如今出行需求更加多元,但公交依然有固定的客群。更好适应市场需求变化,推动服务多样化、品质化,是其发展方向。周密调研、科学论证,带动公共交通的整体优化和精细运营,确保路网疏密有序、通达有序,就能实现居民出行便利度、舒适度的持续提升。

艺术扎大地 诚心赢受众

辽宁省大连市 任飞帆

台上演员高亢地吼着秦腔,高潮时现场观众齐声跟唱;台下雷鸣般掌声不时响起,很多人红了眼眶。近期,甘肃人安万和他的民间秦腔剧团辗转西北多地演出,受到线上线下观众欢迎。

草根艺人的唱腔质朴粗犷、宽音大嗓,与露天环境格外契合。团长安万身居陕北,却一直坚持传唱流淌千年的血脉之声。他们不怕吃苦,认真对待每一场演出;注重倾听观众心声,致力于老戏新排,把大家喜闻乐见的秦腔传统经典全本搬上舞台。万人同吼秦腔,线上学唱《兴汉图》……观众以自己的行动,表达对传统戏剧的认可和喜爱。原汁原味的秦风秦韵受到追捧,足见拥抱时代、贴近生活、扎根群众是激发民间艺术活力的不二法门。

“做好人,唱好戏。”安万剧团的演出,充满对生活的热爱和对艺术的执着。艺术的最高境界,就是打动人心。民间艺术,本就是老百姓自己的艺术。它长在大地上,也长在人们心里。期待更多地方戏曲、民间艺术推陈出新,以诚心赢得受众,持续焕发新的生命力。

本版邮箱:rnrhpl@peopledaily.cn (来稿请注明栏目名) 本版责编:陈凌 周珊珊 孟繁哲

数字潮流里挖潜能

——生活细节里的中国经济④

尹双红

车难,打开导航APP发现可以提前显示目的地附近空余停车位信息……数字消费成潮流,更多选择、更新体验让春节假期新意不断、便利十足。

透过春节消费这个窗口,我们可以发现,数字技术已经深度融入生产生活的方方面面,拓展着生活的边界,也给经济社会发展注入强劲动能。数字消费的新潮流,源自企业的数字化改造和转型。数字技术创造高质量供给,引领带动新需求,不仅为企业发展打开新空间,也为消费者提供新选择,不断激活国内经济大循环的动力和潜能。

深厚潜能,来自持续创新的产品服务。通过数字互动长卷体验堆雪人,AR冰箱贴让游客可以把美丽冰雕“捧在手中”,哈尔滨冰雪大世界玩法再上新,热度不减;人脸识别的门锁、“指哪扫哪”的扫地机器人、根据屋内环境变化自动调节运行模式的空调,智能家居以突出的便利性赢得越来越多青睐;远程控制、自动泊车、语音助手等功能改善驾乘体验,成为人们选购新车时的重要参考因素……融合了数字技术,产品卖点十足,有效激发居民消费热情。

深厚潜能,来自持续优化的消费环境。数字技术被广泛应用在消费的各个环节,推动线上与线下、业态与场景融合发展,让消费者不仅买得轻松,而且买得舒心、买得安全。扫描二维码免掉了携带现金的烦恼,如今连来华旅游的外国游客都学会了刷脸支付、刷掌支付,支付更方便了。农产品的种植过程、采摘时间地点,水产品的渔船信息、捕捞时间地点,都可以通过扫描“溯源码”获取,消费更安心了。数字技术推动消费场景创新、消费环境向好,破解了制约消费的堵点痛点问题,为提振消费、扩大内需提供了有力支撑。

深厚潜能,来自不断拓展的消费群体。不仅年轻一代成为数字消费主力,其他群体同样有消费意愿和消费能力,蕴含着巨大的消费潜力。比如,农村居民过去受制于商业基础设施水平,赶大集是主要消费方式;如今村村通宽带、快递进农村,农村居民随时随地拿出手机就能“买全国、卖全国”。又如,看直播、拍短视频、上网课,老年人畅游互联网,“互联网冲浪”让“银发经济”有了更广阔前景。

“日用而不觉”的便利,靠的是研发端的不懈更新,靠的是应用端的推陈出新。

“云试衣”依托的是AR技术,轻松停车得益于停车场数据互联互通,无人机阵形有序调整离不开算力的支撑。好技术不能放在实验室里“睡大觉”,强化技术迭代创新和推广应用,才能最大化发挥科技第一生产力的作用。特别是在多个行业或领域广泛应用共性数字技术,更应统筹发挥“两只手”作用,让科技创新与产业创新相映生辉,为数字生活再添臂膀。

数字技术的魅力,不仅在于融合万物、无远弗届的穿透能力,还在于打破隔阂和限制的赋能能力。过去因年龄、地域、城乡等因素而产生的鸿沟,如今都在逐渐消散,各类消费群体几乎都能获得畅享数字技术红利的机会和渠道。不久前,《国家数据基础设施建设指引》印发,开启新一轮以数据为中心的数字经济布局。健全完善提供数据采集、流通、利用、安全服务的新型基础设施,数字消费必能潮流浩荡、惠及更多人群。

数字技术助力美好生活,过去不敢想象,而今触手可及。用好数字赋能,在新供给、优环境、扩渠道上下更大功夫,定能充分激发消费意愿,化潜力为动力,变机遇为现实,把优势变胜势。

评论员观察

数字技术推动消费场景创新、消费环境向好,破解了制约消费的堵点痛点问题,为提振消费、扩大内需提供了有力支撑

数字技术的魅力,不仅在于融合万物、无远弗届的穿透能力,还在于打破隔阂和限制的赋能能力

今年春节,有一个感受格外突出:过年出行、购物更轻松了。往来的旅途不再大包小包,提前网上下单,给家人的新年礼物直接快递到家;购新年衣服,选择多样了,可去商场试,也可“云试衣”,随心所欲;出门开车原本担心停

暖闻热评

细节冷暖最可感

华路月

【关键词】高铁小碗菜

【事件】郑州开往上海的一班高铁列车餐车上,一份份“小碗菜”加热后装盘,送给车厢内订餐的旅客。小碗里面,是河南当地特色菜——驻马店确山板栗焖鸡。小碗菜是国铁集团郑州局郑州客运段推介中原美食、拒绝浪费的新尝试。2024年8月起,信阳焖罐肉、开封素三鲜等4种特色菜首次推出。今年春运,小碗菜再次上新,增加至13道菜品,受到旅客广泛好评。

【点评】

你印象中的火车餐食是什么样的?是分量固定、菜品选择也有限的“两荤一素”传统盒饭,还是赶时间“对付”几口、“委屈”一下味蕾的方便食品?

商丘滋补蒸羊肉、洛阳连汤肉片、平顶山鲁山揽锅菜……高铁小碗菜让人们在飞驰的列车上也可享用地道美味。目前,小碗菜上线郑州局高铁餐车的比例占全部冷链餐食的30%,每天销售一空,受欢迎程度可见一斑。

小碗菜何以获得青睐?分量灵活、丰俭由人,更好满足乘客多样化、差异化需求。“自从推出小碗菜,收取旅客用餐后的餐具时,明显发现剩饭剩菜减少了。”这是餐车服务员的直观感受。过去,固定的套餐,对部分老人、儿童来说,常常分量太多,容易造成剩菜。菜品搭配也不一定合乎每个人的口味,喜欢的菜吃不够、不喜欢的菜不愿吃的尴尬难以避免。小碗菜可供旅客自由组合搭配,精准匹配个性化需求,有助于从源头上减少浪费。

不仅如此,更精致可口的餐食,也能让人们在旅途中多一分温馨。可口饭菜,饱的是胃,暖的是心。高峰期出行,一口美味,足以舒缓舟车劳顿,带来片刻的惬意松弛。组成攻关小组,精心挑选各地有代表性的特色菜,制定菜品标准,严格把关主辅料重量、菜品加工、卫生质量、运输方式等……值得点赞的,不只是列车餐饮工作人员在菜品上的精益求精,更是身处各地体察细微需求、千方百计优化服务供给的用心用情。

如今,交通网络四通八达,人们对出行体验的评判标准,已逐渐从“通不通”转变为“好不好”。老幼病残孕等群体候车不便,便开辟重点旅客“绿色通道”;乘客想不被打扰、安静休息,便设置关闭各种外放声源的静音车厢;小朋友精力旺盛喜欢玩闹,便提供可看童书、做游戏的“娃娃车”……近年来,越来越多切中痛点的“微创新”,正不断改善着人们的出行体验。

此前,“第一批回家的人”已经被返乡高铁治愈了”话题登上网络热搜,人们畅所欲言,分享着自己的美好出行经历。在春运这一特殊时间节点,汽车、火车、飞机等并不只是交通工具,更是游子与故乡之间情感连接的具象载体。在这个意义上,以无微不至的出行服务让更多人在旅途中感受到家一般的温馨,未尝不是一种温暖而真挚的人文关怀。让尽可能多的人感到被尊重、被重视,让细分群体的差异化需求得到关照,就能让春运更从容。

吃住游玩购娱,具体的生活场景里,细节冷暖最为可知可感。多想一层、多做一步,更优质的服务定能为人们提供更多获得感。



湖南省湘西土家族苗族自治州花垣县,春风行动“百镇百场”专场招聘会上,求职者正在了解招聘信息。龙恩泽摄(影像中国)

春节前后是农民工求职高峰。人力资源社会保障部等8部门于1月中旬至3月中旬,在全国开展2025年春风行动。活动期间,各地通过集中组织走访调研、密集举办招聘活动、广泛开展劳务对接等方式,为有就业创业意愿的农村劳动者和有用工需求的用人单位提供就业服务。

这正是: 访企问需保用工, 求职寻岗促就业, “春风”化雨促就业, 精准服务暖意浓。

常晋文

人民时评

免费还是收费,应有一杆秤

周珊珊

不过经营者利用自身的优势地位,将原本免费的基本服务变成了创收的增长点。

飞机座位原本就按不同区域分成了头等舱、公务舱、经济舱,已经有一重加价机制。再进一步细分,免费可选座位变得寥寥无几,和未成年子女、老人、朋友一起出行可能也选不到相邻座位,这等于变相降低了基本服务的质量。而且,在旅客购买机票之后增加付费选项,损害了消费者的知情权和选择权,违背了公平交易的原则。

当前,付费服务、加价机制正在被越来越多的消费者接受,在许多领域已发展成为成熟可行的商业模式。为何同样是收费或加价,有些能得到消费者认可,有些就不行?

提供消费者需要的价值,商业模式才能成立。如知识付费领域,从推课程、做音

频到出书、搞视频直播等,形式越来越多,用户体验越来越好,市场自然持续增长。有机构预计,2025年其市场规模将超2800亿元。反观一些平台,有许多精彩内容,购买会员后还要额外付费才能观看,被消费者吐槽是“套娃式”收费。付费服务,无端加上各种不合理限制,或是售后打折扣,或是强行扩大免费范围,怎能让消费者买单?这种行为,只会损害企业口碑。

可见,跨出从免费模式向“付费者得”这一步,必须提供足够的价值增量,在保障消费者权益方面向上兼容,而不能以减少基本权益为代价,换取自身的便利或短期的利益。毕竟,只有消费者觉得“值得”,生意才能做长久。

还要看到,包括民航在内的出行服务,具有很强的公共属性,其收费机制的调整,要把公共利益作为重要考量,必须基于透明、公平的规则和机制。不久前,中办、国办发发布关于加快建设统一开放的交通市场的意见,明确要求“完善铁路、公路、港口、民航等领域价格形成机制,建立健全统一、公开、透明的价格体系”。几十上百元的收费,或许占比不大,但不可等闲视之。如何选择,可以看出对消费者是什么态度、把公平交易摆在何种位置。尊重消费者,以服务质量换发展增量,才是正道。

眼下正值春运,旅客出行需求大、密度高,这是提升交通运输行业经济效益的黄金时期,也是检验其社会效益的重要时刻。善于算大账、综合账、长远账,着力优化产品布局,提升服务质量,方能赢得消费者认可、推动市场健康成长。

跨出从免费模式向“付费者得”这一步,必须提供足够的价值增量,在保障消费者权益方面向上兼容

买了机票,选座这样的附加服务,一般是谁先到谁先得,消费者鲜有异议。

但一段时间以来,部分航空公司开始对这一基本服务引入加价机制,选择靠窗、靠过道或经济舱前排等座位都要额外支付费用。这样的“加价服务”是否合理,引发讨论。

不久前,中国消费者协会回应称,“加价选座”不仅增加了消费者的经济负担,也侵害了消费者合法权益,不应成为“行业惯例”。

付费选座,看上去是和额外行李托运、升舱等类似的“加价服务”,其实不然。后者是在保障基本服务基础上,提供一些附加或升级服务;前者是有加价而无服务,只